

# Warenkunde Honig

*Honig bietet als Rohstoff in Backwaren einen natürlichen Genuss. Außerdem hat er backtechnologische Vorteile.*

Natürliche Zutaten werden mehr denn je von der Lebensmittelindustrie gesucht, weil die Verbraucher zwar gern Nahrungsmittel aus industrieller Produktion kaufen, aber in zunehmendem Maß auf die Komposition der Waren achten und mit Vorliebe Naturprodukte oder Produkte mit natürlichen Zutaten kaufen. Mit dem Wort Honig assoziiert man spontan eine reine, süße, auf natürliche Weise von Honigbienen produzierte Substanz.

Honig ist ein natürliches Bienenprodukt. Vom Gesetz so definiert, geschützt und entsprechend gehandelt. In Europa gilt die Richtlinie des Rats zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten – be-

treffend Honig. „Honig ist der natur-süße Stoff, der von Honigbienen erzeugt wird, indem die Bienen Nektar von Pflanzen oder Sekrete lebender Pflanzenteile oder auf den lebenden Pflanzenteilen befindende Exkrete von an Pflanzen saugenden Insekten aufnehmen, durch Kombination mit eigenen spezifischen Stoffen umwandeln, einlagern, dehydratisieren und in den Waben des Bienenstocks speichern und reifen lassen.“ (Definition der EU Richtlinie Nr.74/409 in ihrer aktuellen Fassung EU Richtlinie Nr.110/2001). Außerdem ist seitens der Kommission des Codex Alimentarius (Joint FAO/WHO Food Standard Programme) ein international geltender

Honig-Standard ausgearbeitet worden (Codex Stan 12-1981, Rev.1 (1987), Rev.2 (2001)). Bio-Honig unterliegt für Erzeugung, Verarbeitung und Handel der EU-Verordnung Nr. 2092/91 über den ökologischen Landbau, welche die Qualitätsparameter in Sachen Bienenhaltung und Imkereierzeugnisse bestimmt.

## Inhaltsstoffe

Honig hat eine extrem komplexe Zusammensetzung. Unterschiedliche Inhaltsstoffe werden je nach Honigsorte und botanischem Ursprung in variablen Mengen (%) gefunden. Kohlenhydrate, (z.B. Glucose, Fructose,

Foto: ALWolff / Kellner-Sonnenberg

Anzeige



## KITZINGER Waschanlagen für höchste Ansprüche

### Waschanlagen

- für Kunststoffkörbe,
- für Bleche, z.B. Transport-, Back-, Schnittenbleche
- universell für Kunststoffkörbe und Bleche

Waschleistung von 180 bis 5000 Stück/h, wirtschaftlich durch niedrigen Energie- und Wasserverbrauch.

**KITZINGER** Maschinenbau GmbH  
Altholzkrug 9, 24941 Flensburg  
Fon 0461 95366, Fax 93286  
info@kitzinger-gmbh.de  
www.kitzinger-gmbh.de

Saccharose, Maltose etc.) bilden mit ca. 79% den Hauptanteil. Weiterhin findet man Wasser, Proteine, Enzyme (Diestase, Saccharase, Catalase, Glucose-Oxidase, Invertase, Inulase etc.), Aminosäuren, aromatische Substanzen, Pigmente, Säuren (Glucuronsäure, Essigsäure etc.), Vitamine, Oligoelemente, Mineralstoffe, Dextrine, Pollenkörner sowie funktionelle Komponenten wie Flavonoide und Acetylcholin.

Strenge Qualitätskriterien regieren den Handel mit Honig. Importeure und Lebensmittelhersteller folgen in ihren Einkaufsspezifikationen prinzipiell den gleichen Qualitätsanforderungen, die sich nach dem Gesetz richten. Generell gelten folgende Kriterien für die Bestimmung der Honigqualität: Geruch, Aroma, Farbe, HMF-Gehalt, Wassergehalt, pH-Wert, Diastase, Zuckerspektrum, Leitfähigkeit, Konsistenz und Viskosität.

### Einzigartige Zutat

Das positive Image wird heute von der Lebensmittelindustrie weitgehend anerkannt. Natürliches und sicheres Bienenprodukt sind Qualitätsmerkmale und Werbeargumente zugleich. Als Süßungsmittel oder Geschmacksstoff gibt Honig industriellen Produkten, bei denen es in zunehmendem Maße um die deklarierte Funktionalität der Ingredienzen geht, ein positives Image. Honig erfüllt mehrere Zwecke: natürlich süßend mit Honigaroma oder neutral süßend ohne ausgeprägtes Honigaroma – je nach Anwendung und Anforderung – oder aber natürlich aromatisierend.

Auf jeden Fall ist Honig ein wahres Qualitätslabel für viele Produkte, in denen er eine angenehme Süße erzeugt, den Geschmack harmonisiert, das Aroma abrundet und dabei grundsätzlich ein Image von natürlicher Güte mit sich bringt. Bio-Honig hat einen ähnlich hohen Stellenwert im Bio-Lebensmittelsektor.

Die Vielfalt der Anwendungen erstreckt sich über das ganze Lebensmittelsortiment:

- ➔ Back- und Konditoreiwaren, Dauerbackwaren, Fruchtbrot
- ➔ Füllungen oder Überzüge für Kuchen, Backprodukte und Kekse
- ➔ Kinderspezifische Produkte (Back-, Süßwaren und Milchprodukte)
- ➔ Frühstückscerealien, Müsli, Riegel, Snacks und Süßwaren
- ➔ Milcherzeugnisse, Crèmes, Desserts, Eiskrem, Puddings
- ➔ Konfitüren, Fruchtzubereitungen, Fruchtpüree
- ➔ Konserven, Convenience Food, Fleischprodukte, Tiefkühlprodukte
- ➔ Dressings, Soßen, Marinaden, Dips
- ➔ Wellness-, Fitness- und Diätprodukte, Nahrungsergänzungsprodukte
- ➔ Erfrischungsgetränke, Tees, Säfte, alkoholfreie und alkoholhaltige Getränke, Liköre, Met (Honigwein) sowie exotische Cocktails
- ➔ Sportler-Nahrung und -getränke mit energetischem Prädikat
- ➔ Bio-Lebensmittel – alle Produktsparten

Die Alfred-L.-Wolff-Gruppe, Hamburg, importiert Honig seit 1948 und handelt z.Z. ca. 45.000 t jährlich. Die Honiganalytik wird eigens durchgeführt, um die Qualitätssicherung für Industrie und Endverbraucher zu gewährleisten. Zertifizierungen nach ISO, HACCP, FairTrade, Koscher- und Halalnormen sowie die Bio-Zertifizierung (Alfred L. Wolff ist bio-zertifiziert durch BCS-Öko-Garantie GmbH, EU-Code DE-001 Öko-Kontrollstelle) bilden ein umfassendes Qualitätsmanagement-System innerhalb des weltweiten Unternehmensnetzwerks. Eigene Produktionsbetriebe finden sich in Deutschland, Ungarn, Rumänien und Mexiko, um reine Honigqualitäten bzw. gereinigte, homogenisierte und standardisierte Honig„blends“ zu liefern. Um Handel und Produktion zu sichern, hat das Unternehmen ein eigenes Einkaufsnetz weltweit aufgestellt. Seine Abnehmer sind zum einen die Honigabfüller, die spezifische Honigsorten (Roh-/Tafelhonige) für den direkten Verzehr suchen, zum anderen die verarbeitende Lebensmittel-

industrie sowie die Pharma-, Kosmetik- und Tabakindustrien, die Honige in ihren Produktionen verwenden.

Anwendungsmöglichkeiten im Backbereich von Backmeister Martin Stiene, Zentralfachschule der Deutschen Süßwarenwirtschaft, Solingen:

#### ➔ *Aroma und/oder Süße*

Allgemein in Lebensmittelanwendungen werden helle Honige (z.B. Akazie oder Orangeblüten) hauptsächlich zum Süßen und dunkle Honige (z.B. Buchweizen, kräftige Mexiko-Mischungen) eher fürs Aromatisieren verwendet. Im Backwarenbereich werden deshalb oft dunklere, kräftig schmeckende Honige genommen, die dem Honigkuchen, Lebkuchen oder dem würzigen Gebäck ein bestimmtes Honigaroma verleihen. In Röstmassengebäcken wie Bienenstichaufstrich, Florentinern und Nussknackern hat Honig eine süßende Funktion, die gleichzeitig den nussigen Geschmack sanft abrundet.

#### ➔ *Farbe bzw. Färbung*

Mit Honig lassen sich die Gebäckartikel intensiver bräunen. Dies beruht auf der Maillardreaktion. Dabei muss die Einstellung der Ofentemperatur berücksichtigt werden, d.h. Temperatur herabsetzen und Backzeit verlängern, damit das Gebäck nicht seine Braunfärbung hat, bevor es überhaupt durchgebacken ist.

#### ➔ *Weniger Wasser*

Durch die Zugabe von Honig im Teig kann die Wassermenge reduziert werden, da der Honig bereits Wasser enthält. Die Lebensmittelindustrie verlangt meistens flüssige Honige, die direkt in die Produktion hineingepumpt oder untergemischt werden können, da sich cremige Honige nicht verarbeiten lassen.

#### ➔ *Dauerbackwaren*

Speziell bei Honigkuchen bzw. Lebkuchen gilt, dass sie durch den Invertzuckeranteil im hohen natürlich vorkommenden Zuckeranteil des Honigs die Backprodukte länger frisch halten. Daher zählen diese zu den Dauerbackwaren.

#### ➔ *Verarbeitbarkeit*

Bei Produkten, die aufgeschlagen werden (z.B. Biskuitböden), kann Honig nicht den Zucker ersetzen,



weil dessen Kristallstruktur fürs Aufschlagen notwendig ist. Bei Rührmassen (z.B. Sandkuchen) kann Honig einen Teil des Zuckers gut ersetzen, weil sich die Masse problemlos rühren lässt. Bei Fruchtkuchen (wie z.B. English Cakes), Stollen, Printen oder sogar Hefeteig kann man anwendungstechnisch einen Teil des Zuckers durch Honig problemlos ersetzen, weil sich Honig leicht in den Teig einarbeiten lässt.

☛ **Honig oder Zucker?**

Industrielle Backwarenhersteller können u.U. Zucker bevorzugen, wenn sein Preis niedriger ist. Allerdings richtet sich das Bewusstsein der Verbraucher mehr und mehr auf die Zutatenliste und Honig genießt ein extrem hohes Maß an Anerkennung seiner natürlichen Güte. Geschmack, Farbe, Konsistenz spielen eine entscheidende Rolle beim industriellen Einsatz und die Kunden haben rezepturbedingte Anforderungen für ihre Einkaufsspezifikationen. Die Honigspezialisten wissen, welche Honigsorten oder -mischungen für den jeweiligen Einsatz in Frage kommen.

**Honig und Ernährung**

Ernährungsphysiologisch betrachtet ist Honig ein natürliches Lebensmittel und eine wertvolle Energiequelle für den Körper. 100 g Honig haben einen Nährwert von 300 – 320 kcal. Eine normale Diät für eine normale Körperaktivität rechnet pro Tag 2.000 kcal für Frauen und 2.500 kcal für Männer. Anders ausgedrückt:

☛ 10g Honig (1 Kaffeelöffel) = 32 Kcal = 1,6% des Energiebedarfs bei Frauen bzw. 1,28% bei Männer

☛ 20g Honig (1 Suppenlöffel) = 64 Kcal = 3,2% des Energiebedarfs bei Frauen bzw. 2,56% bei Männern.

**Weitere Infos bei:**

Anita Bénech  
ALFRED L. WOLFF GmbH  
abenech@alwolff.de  
www.alwolff.com

*Unsere Trinkbrunnen - eine erfrischende Idee*



**PHT - PARTNER für HYGIENE und TECHNOLOGIE GmbH**  
Förchenholzstr. 19  
D - 83646 Bad Tölz  
Tel. 08041 / 79924-0  
Fax 08041 / 79924-25  
Email: info@pht-gmbh.de  
www.pht-gmbh.de

**FoxLogic** **AktivePOS - das vielseitige Kassensystem!**



Vorteil: Direktanbindung an das Software-Programm.

FoxLogic - EDV für Backbetriebe - Tel. 0211/7103433 - Fax 0211/7182450  
Internet <http://www.FoxLogic.de> - E-mail: [FoxLogic@arcor.de](mailto:FoxLogic@arcor.de)

**InterJob**

Personalmanagement K. Kanz

**Wir arbeiten mit Ihnen am Erfolg**



Karl Kanz, Dipl. Oec.  
Managing Director

Wir sind eine internationale Personalberatung im Bereich Handel und Konsumgüterwirtschaft und spezialisiert auf das Bäcker- und Konditorenhandwerk sowie der Backwaren- und Lebensmittelindustrie

Unser funktionaler Schwerpunkt:

Fach- und Führungskräfte ab dem mittleren Management in den Funktionsbereichen:

- Vertriebs-Management
- Key Account Management
- Produktion/Betriebsleitung/Forschung und Produktentwicklung/Qualitäts- und Hygienemanagement
- Verwaltung

Anschrift

87665 Mauerstetten, Blütenring 6  
Tel: +49 (0)8341-9660722  
Fax +49 (0)8341-9660813  
Internet [www.interjob-kanz.de](http://www.interjob-kanz.de)  
email: [info@k-kanz.de](mailto:info@k-kanz.de)



**NEU** TÄGLICH AKTUELLE NACHRICHTEN UNTER:  
[www.backwelt.de](http://www.backwelt.de)

